

Title	京大東アジアセンターニュースレター 第384号
Author(s)	
Citation	京大東アジアセンターニュースレター (2011), 384
Issue Date	2011-09-12
URL	http://hdl.handle.net/2433/147044
Right	
Type	Others
Textversion	publisher

目次

- 中国経済研究会のお知らせ
- 中国自動車シンポジウムのお知らせ
- 読後雑感：2011年 第19回
- 【中国経済最新統計】

「中国経済研究会」のお知らせ

2011年度第5回（通算第21回）の中国経済研究会を下記の内容で開催することになりました。今回は中国経済の「現場」に精通する小島正憲氏に講演していただくことになっていきますので、大勢の方のご参加をお待ちしております。

記

時 間：2011年10月18日(火) 16:30-18:00

場 所：京都大学吉田キャンパス・法経済学部東館（詳細未定）

報告者：小島正憲（中小企業家同友会上海倶楽部代表、東アジアセンター外部研究員、協力会理事）

テーマ：「現場から見た中国経済の現状—労働力不足を中心に—」

注：本研究会は原則として授業期間中の毎月第3火曜日に行います。2011年度における開催(予定)日は以下の通りです。

前期：4月19日(火)、5月17日(火)、6月21日(火)、7月19日(火)

後期：10月18日(火)、11月15日(火)、12月20日(火)、1月17日(火)

（この件に関するお問い合わせは劉徳強（liu@econ.kyoto-u.ac.jp）までお願いします。なお、研究会終了後、有志による懇親会が予定されています。）

主催

京都大学東アジア経済研究センター

共催

東京大学ものづくり経営研究センター

東京大学社会科学研究所現代中国研究拠点

京都大学人文科学研究所付属現代中国研究センター

後援

京都大学東アジア経済研究センター協力会

中国自動車シンポジウム

現代自動車から何を学ぶか

—新興国における競争力要因—

■京都会場 2011年11月5日(土) 13時
京都大学百周年時計台記念館百周年記念ホール

■東京会場 2011年11月26日(土) 13時
京都大学東京オフィス(品川インターシティA棟)

総合司会

13:00-13:10

挨拶 京都大学大学院経済学研究科長 田中秀夫

東京大学ものづくり経営研究センター ディレクター 新宅純二郎

13:10-13:50

京都大学大学院経済学研究科 教授 塩地 洋

現代自動車から何を学ぶか
—全体テーマと報告構成—

第1部 グローバル戦略

13:50-14:15

フォーイン 『アジア自動車調査月報』編集長

中田 徹

現代自動車のグローバル戦略と中国事業

14:15-14:40

事業創造大学院大学 教授

富山 栄子

現地適応化めざした商品企画・製品開発プロセス

14:40-15:05

東京都市大学都市生活学部 教授

井上 隆一郎

外資メーカーブランドの中での現代ブランド

15:05-15:30

三菱総合研究所 主任研究員

赤羽 淳

アンケート調査に見る北京現代ユーザーの特徴

第2部 日系メーカーとの差別化

15:40-16:05

愛知大学経済学部 教授

李 泰王

現代自動車のサプライヤー・ユーザー関係の再構築

16:05-16:30

東京大学大学院経済学研究科 (院)

徐 寧教

北京現代汽車のモノづくり思想

16:30-16:55

大阪商業大学総合経営学部 教授

孫 飛舟

内陸・下級都市にも重点をおいた流通ネットワーク

16:55-17:00

閉会挨拶

17:20-19:00

懇親会 京都会場:法経総合研究棟2階大会議室 東京会場:京都大学東京オフィス (参加費 2000 円, 協力会会員は無料)

司会 京都大学経済学部特任教授/東アジア経済研究センター協力会理事 宇野輝

開会挨拶 京都大学東アジア経済研究センター長 劉徳強

閉会挨拶 京都大学東アジア経済研究センター協力会副会長 大森経徳

お申し込みは、塩地 shioji@econ.kyoto-u.ac.jp まで会場名、氏名・所属、懇親会出欠を御連絡ください。

定員は京都会場 500 名、東京会場 100 名です。

読後雑感 : 2011年 第19回

5. SEP. 11

中小企業家同友会上海倶楽部代表

東アジアセンター外部研究員(協力会理事)

小島正憲

1. 「弱肉強食の大地」
2. 「中国人にネットで売る」
3. 「2012年中国崩壊 2014年日本沈没」
4. 「中国のジレンマ 日米のリスク」

1. 「弱肉強食の大地」 関俱治著 7月6日 日本経済新聞出版社

副題 : 「いかに“中国内販”を成功させるか」

帯の言葉 : 「生きるか死ぬか、二者択一 壮絶な中国国内販売の実態！」

私は1990年代前半、中国の国内に直販店を60店舗余り展開していた。そのときわが社は中国で、グループ全体で1万名規模の縫製工場を稼働させており、その閑散期に生産した製品を直販していたのである。店舗は百貨店や路面店、地下商店街などにあり、北京、上海、大連、武漢はもとより、北はハルビンから西はウルムチ、南は広州まであった。そのころは商品が飛ぶように売れた。百貨店からも出店依頼がひっきりなしに続いた。そしておもしろいように儲かった。しかしそのような時期はわずか5年ほどだった。その後はまったく売れなくなり、縮小の一途を辿っている。この経験から中国内販で大儲けするにはタイミングがもっとも重要であり、すでにその時期はとっくに過ぎている、私は思っている。

この本の著者の関俱治氏は、1996年に資生堂の切り込み隊長として中国に進出し、総経理としてそれを成功させた。その後、2004年に退社し、日本の中小企業の責任者として上海で新会社を作り奮闘した強者である。私がこの関氏に注目するのは、大企業のサラリーマンとして成功し、さらに中小企業の現地トップとして成功したという2重の勲章を引っ提げているところである。もちろんそこに至るには関氏の「生きるか死ぬか、二者択一の壮絶な戦い」があった。この本にはその汗と涙の結晶が泥臭く披露されている。

関氏は、この本の題名を「弱肉強食の大地」、副題を「いかに“中国内販”を成功させるか」とつけ、また帯には「生きるか死ぬか、二者択一 壮絶な中国国内販売の実態！」と書いている。まさに中国内販は生きるか死ぬかの壮絶な戦いなのである。私は、「中国は世界の市場」という言葉につられて、安易な気持ちで出るべきではないと思っている。すでに中国市場は大儲けできる市場ではない。それをこの本は、はっきりわからせてくれる。関氏は、「世界に名だたる企業であればそれなりの知名度もあるが、全く無名の企業が中国国内販売で成功することは至難の業である。私の知る限りでは、**おそらく90%以上の企業が満足のいく結果を出せていない**」と書いている。私もまったく同感である。

第1部では、関氏の資生堂時代の奮闘振りが語られている。関氏は、「これは中国での仕事が7年ほど経過した後

にきづいたことであるが、日本で成功した企業が、その成功体験を中国に持ち込みマーケティングを展開した場合、そのほとんどの企業は失敗している」と書いている。これは正しい。関氏が率いた資生堂ですら、**1996年度に30億円を投資し、2003年度に単年度黒字、2005年度に累積損失一掃**という具合である。その後、資生堂が30億円の投資額を回収して、しかも中国から多額の配当を受け取っているという情報を、私は耳にしていない。**中国市場は、名もない中小零細企業が進出しても、簡単に成功する市場ではない。しかも中国市場には反日というハンディがある。**

ただし関氏は、「一般的に日本企業は中国に会社を設立し、工場も所有している場合、5年目単年度黒字、7年目累積損失解消というような計画を策定する。不思議なほど、どの企業も、この点に関しては足並みをそろえているように感じる」と書いているが、この点には同意できない。大企業ならばこれでもよいだろうが、中小企業ならばこんな悠長なことは言っていられない。工場は、初年度から黒字化させなければならない。私が**1990年代初頭に**作った中国の工場は全部、初年度から黒字化できたし、5年間で、1万人の工場群を無借金で築きあげることができた。もちろん大儲けできた。これはチャイナ・マジックによるところが大きかったのだが、これが海外展開の醍醐味であるとも言える。

関氏は、2004年度から花馨化粧品(上海)有限公司の総経理として、中国市場で奮闘している。第2部ではその過程が書き連ねてある。まさにそれは悪戦苦闘の連続であり、ことに「中国人の背反行為との戦いの記録」というのがふさわしいような展開となっている。関氏は最終章に、「発展か後退か、神のみぞ知る」という見出しを付け、この本を締めくくっている。この本で中国市場の難しさを、自らの体験談を通して、赤裸々に語ってくれた関氏に、私は心から感謝したい。

関氏は現在の中国経済について、「景気はさして良くない」と言い、庶民感覚としての不思議を下記のように列挙している。この指摘に、私も同感である。ただしこれを学術的に裏付けることは、なかなか難しい。

- ① 共産党およびそれに癒着したデベロッパーが演出した、不動産異常高騰による成長。売れていない、住んでいない住居が上海だけでも何十万戸とあるのに、なぜ不動産価格が上昇するのかの不思議。
- ② 輸出企業を中心に中小企業がバタバタ倒産しているのに、経済成長率はなぜ高いのかの不思議。春節帰郷後、社員が戻らないのは、内陸部が成長しているからという反論もある。
- ③ 給料を貯めて、儲かる株に投資、投資した頃は下がる不思議。
- ④ 外資企業の給料は国内企業よりも高いが、公務員はもっと高いことの不思議
- ⑤ 百貨店価格が、日本、香港より断然高いことの不思議(輸入品以外の国産品でも)。
- ⑥ 共産党員のかかなりの者が享受できる多額の賄賂の不思議。

2. 「中国人にネットで売る」 徐向東著 東洋経済新報社 7月14日

副題：「2つの“ネット”の正しい使い方、つくり方」

帯の言葉：「中国13億人の消費パワーを取り込め！」

この本には、ネット販売のノウハウが数多く紹介されている。私も、中国のバブル経済崩壊前に、手っ取り早く小銭を稼ごうとする人には、ネット販売は格好の手段だと思う。その点ではこの本は良い指南書である。とにかくネット販売は、投下資本が少なく済み、中小零細企業が中国市場に進出するには、都合がよい。しかしそれだけに激戦で、価格がとびきり安い、オンリーワン商品でなければなかなか売れないようである。最近では日本の大手企業も中国のネット販売に進出をしようとしており、今後の成果に注目が集まっている。私は、中国のネット販売では、「小儲け」はできても、よほどのことがない限り「大儲け」はできないので、大企業が参入すべき市場ではないのではないかと思っている。

ただしこの本は、上掲の関氏の著作の対極に位置している。徐向東氏は、文中で中国市場をバラ色に描き、「大震災後の日本企業にとって最大の救いは中国の内需」であると持ち上げている。しかも「いま、中国で成功している日本企業は、中流層のボリュームゾーンをターゲットにしたところだ。資生堂、キャノン、ダイキン、味千ラーメンなど、規模の大きい商売を展開している企業は、富裕層よりも中流層をきちんと押さえています」と書き、成功例として資生堂

を取り上げている。資生堂については、上掲著で当事者の関氏が詳しく書いているように、それは関氏らが悪戦苦闘した結果である。また私は、資生堂が30億円の投下資金を全額回収しきったとは聞いていないし、多額の配当を受け取っているという話も耳にしたことがない。つまり資生堂は「大儲け」の代表例ではないのではないかと、私は思う。

私は「成功」と「大儲け」とは同義語であると考えているが、徐氏のいう「成功」とはいかなる状態を指すものだろうか、明確に定義をしてから論を進めてもらいたいものである。なお、ここで取り上げられた他社が、中国で「大儲け」していれば、それを日本に配当として持ち帰り、日本国家に税金をしっかりと納めているはずなので、徐氏にはそれらを確認した後に、成功例として提示してもらいたいものである。私がなぜ、このようなことに拘るのかというと、関氏が言うように、中国市場で大儲けするということは至難の業であり、それを徐氏のごとくに、「中国市場に進出すれば、どんな企業でも簡単に成功する」というような幻想を振りまくべきではないと思っているからである。

徐氏は「不動産価値の上昇で一般人も資産家に」なっており、それが中流層のボリュームゾーンを形成しているので、その層をターゲットにすれば成功すると書いている。また「かつて日本で起きた不動産バブルでも、うまく不動産を転がして資産を何倍にも増やした人がたくさん出ましたが、中国も同じような状況です」と続けている。つまり徐氏はここで現在の中国経済がバブル状況であることを認めているのである。もし私が徐氏ならば、バブル経済の崩壊の時期を明記し、できるだけ投下資本を少なくして、バブル崩壊前に中国市場で儲け切ってしまうように勧める。またバブル経済崩壊後には、日本と同様に、「失われた何十年」が来るということも明言しておく。それを言わずして、バラ色の中国市場だけを声高に叫ぶのは、詐欺に等しいと考えるからである。

いずれにしても「中国は世界の市場」の熱気に浮かれ、閉塞した日本を棄て、そこに活路を見いだすという単純な思考で、中国市場に大金を投下すべきではない。ほぼ回収は不可能だからである。ネット販売のような投下資本の少ないビジネスならば、中国市場への進出も悪くはないが、物流倉庫を作ったり、大々的な展開を図るためなど、資金を浪費してはならない。物流倉庫などは借り物でよいし、中国側の資金を利用するなど、代替手段はいくらでもあるので、とにかく投下資金を限りなく少なくすべきである。日本企業にとって、中国市場に進出することは、「出るも地獄、残るも地獄」であると認識すべきであり、同じ地獄ならば日本に残って奮闘した方が得策かもしれない。

3. 「2012年中国崩壊 2014年日本沈没」 浅井隆著 第二海援隊 8月16日

帯の言葉：「インフレが引き金となって中国経済が吹き飛ぶと、世界恐慌が到来！？」

この本の最後で、浅井隆氏は「迫り来る悲劇にどう対処するか」という見出しを掲げ、「では、生き残りのためには何が一番大事なのか。もちろん健康や家族、絶対にくじけずに生き残ろうという意志が何より大事だ。そしてそれとおなじくらい大切なのが“資産防衛”である。特に現在50歳以下の読者の方の老後は、今までの老後のイメージとはまったく異なると肝に銘じていただきたい。読者諸氏は財産防衛を完璧にしていいただきながら、ぜひこれからの激動の時代を生き残っていただきたいと思う」と書いている。こんな馬鹿げた文章が、浅井氏の結論であり、この本に書かれている唯一の行動提起である。

「日本は1億総評論家の時代に入った」と言われるようになって久しいが、「言論の自由」が保障されている民主主義の国としての日本では、事態を無責任に評論するだけの識者が多く、事態を分析しそれに対する解決策を提起し、さらにそれを自ら実践するというタイプの識者が少ない。この本でも浅井氏は、「中国崩壊 日本沈没」と騒ぎ立て、読者の危機感を煽り立てているだけである。この手の評論家がもっとも始末が悪い。なぜならこのような本が結構売れ、その結果、世論をヒステリー化させるのに一役買ってしまうからである。

浅井氏はこの本に、「2012年中国崩壊 2014年日本沈没」というタイトルを付けているが、その大半は中国崩壊について書かれており、日本沈没について言及しているのは、わずかに10ページほどである。この本もまた「羊頭狗肉」の書である。そのわずかなページで浅井氏は、「そして、日本の運命は」という見出しを掲げ、「世界経済は今、いつ崩壊するか分からない中国バブルという脆い地盤に支えられている。この地盤が音を立てて崩れたとき、日本経済は足下から崩壊して大不況に陥る。その打撃の大きさは東日本大震災の何十倍、何百倍にも匹敵するだろう。…(略)。もちろん日本の国家破産が2014年に来るかどうかは断言できない。…(略)。遅くとも2015年、2016年頃には日本が最終的な破局へ向けての坂道を転げ始めることだろう。…(略)。そしてすべてのきっかけになるのが、中国バブル崩壊による世界的な大不況なのである」と書いている。こんな予測ならばだれにでもできるし、場末の占い師でも、もう少し気の利いた見立てををすると思う。

われわれが為さねばならないのは、世界が大不況にならないように、また日本がそれに巻き込まれないように、中国のバブル経済をソフトランディングさせるための方策を考えだし、それを実践に移すことである。無い物ねだりだとは思いますが、浅井氏には次回作で、ぜひその戦略を披露してもらいたいし、実践結果を報告してほしいものである。

浅井氏は中国政府や中国メディアの発表する統計数字などに対して、「数字はすべて操作されている」と書き、「中国で嘘でないものは詐欺師だけ」と悪態を吐いている。それでいてその信用できない政府発表の統計数字などを使って、「2010年に発生した集団事件は少なく見積もっても18万件に達しているとのことだ」と書き、自説を補強するために、ちゃっかり利用している。また「一人の市民の死で7万人が蜂起する国」という見出しで、2009年に湖北省石首市で起きた事件を取り上げているが、それは真っ赤な嘘である。私はこの事件を現場で検証してきたが、集まったのは1万人ほどで、そのほとんどが野次馬であった。「7万人」という数字もでたらめであり、集まってきた野次馬を「蜂起」

などと表現するのは、愚の骨頂である。

4.「中国のジレンマ 日米のリスク」 市川眞一著 新潮新書 8月20日

帯の言葉：「覇者か？ 敗者か？ 気鋭のストラテジストがデータから世界経済を読み解く」

クレディ・スイス証券のチーフ・マーケット・ストラテジストという肩書きを持つ市川眞一氏は、「本書においては、中国政府の発表する数値について、不完全ながらも概ね実態を反映しているとの基本前提に立って議論を進めることにする」と書き、「本書は、今後5年間に起こり得る世界経済の行方について、中国、米国を中心としたシナリオを提示することにより、日本への影響、そして準備すべき戦略の注意点を喚起することを目的としている」と記している。私は、前掲の浅井氏ではないが、やはり中国政府発表の数字を検証することなく鵜呑みにすることは、その分析結果を大きく誤らせることになると考えている。またその数字の隠されているマジックを読み解かなければ、中国の実態を正しく見ることはできないと確信している。私はこの本を読んで、現場を知らない証券会社の戦略家の正体を、あらためて知った次第である。このような人たちの口車に乗って、多くの一般投資家が大損をするのであろう。

まず市川氏は、「なぜ中国は金融危機に強かったのか」という見出しを掲げ、4兆元の財政支出の規模とその決定の迅速性の二つをその理由としている。これは大きな誤りである。今までに私が繰り返し書いてきたように、胡錦濤政権はすでに2008年6月時点で、破綻に瀕していた中国経済を浮揚させるために政策転換を行い、大胆な経済刺激策を行っていたのであり、そこに金融危機が襲ってきたので、財政出動規模が極端に膨らんだだけである。迅速でもなんでもなく、いわば他国より1周早くトラックを走っていただけなのである。

次に市川氏は、「中国はバブルではない」と言い切り、その根拠に、①外貨準備が圧倒的な額である、②家計の貯蓄率が高水準で国内に金融資産が蓄積している、③国家財政が健全である、と3つを上げている。しかしこの3つとも、その実態はきわめて疑わしいものであり、中国国内の識者の間でも問題視されているものである。まず外貨準備について、市川氏も認めているようにその大半は貿易黒字を背景にしているが、それはもともと外資企業が稼ぎ出したものであり、中国政府の手に帰するものではない。次に家計の貯蓄についても、それらの大半がインフォーマル金融などの原資となっており、バブルの元手に化け、すでに実際に庶民の手元にはなく、頼みの金融資産は露と消えているのが実態である。さらに地方財政は窮地に追い込まれており、中央政府にとっては、これを解決するのが喫緊の課題であり、とても財政が健全であるとは言い難い。

また市川氏は不動産価格について論じているが、不動産とは土地と住宅の両者を指し、中国では土地の価格はさほど値上がりしていないけれども、マンション価格のみが高騰しバブル化しているという現実をご存知ない。このマンション価格が10倍ほどに跳ね上がり、一般の中国人では絶対に買えない価格になってしまった現状を、政府発表のわけのわからない統計数字を基にして、バブルではないという方がどうかしている。市川氏には、ぜひ上海でマンションを数室購入し、それを貸し出したり、転売することによって大儲けし、バブルでないことを証明してもらいたいものである。

市川氏は第2章で、「13億人を超える中国の人口は、潜在的な消費需要により、世界のビジネスを惹き付けている。近年においては、それが中国の政治力・外交力の源泉と言っても過言ではない」と書いている。市川氏にしては、これは中国市場への幻想が、無償援助としての外資を大量に誘い込んでいる現状を、正しく把握しているといえよう。しかしそのせつかくの視点も、「表面的には盤石に見える中国経済だが、実はジレンマに陥りかけている。成長率を高く維持しようとすれば、自らの需要拡大が資源価格を高騰させる。その結果、国内には強いインフレ圧力が生じ、対外的には輸出競争力が低下するリスクに晒されかねない。資源輸入、製品輸出型の経済構造である以上、資源価格高騰は製造コストの上昇要因だ。影響を抑止するためには、資源効率を上げなければならない。ただし、そのための投資が新たなコストを発生させ、効果が出るまでに時間も必要となる。一方、経済成長率を落とせば、高成長を前提に形成されている不動産など資産価格を支えられなくなり、“バブル崩壊”の可能性も否定できない。より深刻な問題は、生活水準の向上が遅れるため、豊かな暮らしを求める国民の不満が、一党独裁の共産党政権に向けられる懸念が強まることである」という月並みな文章で、かき消されてしまっている。

中国は鄧小平の改革開放以来、他国の力をきわめて上手に利用し、多くの困難を他力依存で乗り切ってきた国である。現在、市川氏の指摘するジレンマも、中国政府は市場開放という餌で、外資の無償援助を大量に取り込むことによって、解決しようとしているのである。

第3章で市川氏は、昨今の中国でのストライキの頻発を取り上げて、戦後日本の労働争議多発時代との類似性を論じている。ここで市川氏は、2007年末の新労働契約法の施行に一言も触れていない。市川氏が、現在の中国が人手不足であるということをもっとく知らないことは許したとしても、現下のストライキ問題を語るときに新労働契約法について言及しないということは、すべてがそこから生起しているだけに、まさに市川氏には中国を語る資格がまったくないということである。

市川氏は、「さらに重要な点は、70年代後半における産業構造の転換に他ならない。特にエネルギー効率は驚異的な改善を示した。…(略)。エネルギー効率が向上した背景は、“重厚長大”から“軽薄短小”への主力産業のシフト、さらには高付加価値品への特化などが主だ。オイルショックの衝撃があまりにも大きく、官民挙げて省エネに取り組んだ成果と言える」と書いている。これは正しい。しかし残念なことに、「所得格差や公害問題、そして旺盛な資源需要、

高度経済成長特有の問題は、今、中国においても顕在化しつつある。つまり、近い将来、70年代の日本が経験したのと同様の試験を受けることになる可能性は非常に強い。その時、多様な民族と文化、13億人を超える人口、一党独裁の政治体制、これらが絶妙なシンクロを見せて経済構造の転換を為し得るか否か、隣国として警戒と興味を禁じ得ないところである」と書き、その予測をはぐらかしている。

日本が産業構造の転換に成功した要因の一つは、市川氏が指摘しているように、「官民挙げて省エネに取り組んだ成果」である。現在、中国では、大々的な「官民挙げての省エネ」は行われてはいないし、政府はそれを呼びかけてもいない。中国政府は、大金をばらまいて世界中で資源を買い漁り、中国人民や企業に供給しようと躍起になっている。中国政府は、中国人民や企業に、耐乏生活を強いてはいない。これでは省エネという逆バネで産業構造の転換を成し遂げた日本の真似をすることは不可能である。せつかく省エネという視点に着目したのだから、市川氏には、「中国には日本の真似はできない。産業構造の転換はできない」と言い切って欲しかった。

以上

【中国経済最新統計】

	① 実 質 GDP 増加率 (%)	② 工 業 付 加 価 値 増 加 率 (%)	③ 消費財 小売総 額増加 率(%)	④ 消費者 物価指 数上昇 率(%)	⑤ 都市固 定資産 投資増 加 率 (%)	⑥ 貿易収 支 (億ドル)	⑦ 輸 出 増加率 (%)	⑧ 輸 入 増加率 (%)	⑨ 外国直 接投資 件数の 増加率 (%)	⑩ 外国直 接投資 金額増 加率 (%)	⑪ 貨幣供 給量増 加 率 M2(%)	⑫ 人民元 貸出残 高増加 率(%)
2005 年	10.4		12.9	1.8	27.2	1020	28.4	17.6	0.8	▲0.5	17.6	9.3
2006 年	11.6		13.7	1.5	24.3	1775	27.2	19.9	▲5.7	4.5	15.7	15.7
2007 年	13.0	18.5	16.8	4.8	25.8	2618	25.7	20.8	▲8.7	18.7	16.7	16.1
2008 年	9.0	12.9	21.6	5.9	26.1	2955	17.2	18.5	▲27.4	23.6	17.8	15.9
2009 年	9.1	11.0	15.5	1.9	31.0	1961	▲15.9	▲11.3	▲14.9	▲16.9	27.6	31.7
7 月		10.8	15.2	▲1.8	(32.9)	106	▲23.0	▲14.9	▲21.4	▲35.7	28.4	38.6
8 月		12.3	15.4	▲1.2	(33.0)	157	▲23.4	▲17.0	▲2.05	7.0	28.5	31.6
9 月	8.9	13.9	15.5	▲0.8	(33.4)	129	▲15.2	▲3.5	10.6	18.9	29.3	31.7
10 月		16.1	16.2	▲0.5	(33.1)	240	▲13.8	▲6.4	▲6.2	5.7	29.5	31.7
11 月		19.2	15.8	0.6	(32.1)	191	▲1.2	26.7	10.0	32.0	29.6	34.8
12 月	10.7	18.5	17.5	1.9	(30.5)	184	17.7	55.9	9.7	-44.6	27.6	31.7
2010 年	10.3	15.7	18.4	3.3	24.5	1831	31.3	38.7	16.9	17.4	19.7	19.8
1 月				1.5		142	21.0	85.6	24.7	7.8	26.0	29.3
2 月		(20.7)	(17.9)	2.6	(26.6)	76	45.7	44.7	2.5	1.1	25.5	27.2
3 月	11.9	18.1	18.0	2.4	26.3	▲72	24.2	66.4	28.1	12.1	22.5	21.8
4 月		17.8	18.5	2.8	25.4	17	30.4	50.1	21.3	24.7	21.5	22.0
5 月		16.5	18.7	3.1	25.4	195	48.4	48.9	29.3	27.5	21.0	21.5
6 月	10.3	13.7	18.3	2.9	24.9	200	43.9	34.6	8.3	39.6	18.5	18.2
7 月		13.4	17.9	3.3	22.3	287	38.0	23.2	12.8	29.2	17.6	18.4
8 月		13.9	18.4	3.5	23.9	200	34.3	35.5	21.2	1.4	19.2	18.6
9 月	9.6	13.3	18.8	3.6	23.2	169	25.1	24.4	12.2	6.1	19.0	18.5
10 月		13.1	18.6	4.4	23.7	271	22.8	25.4	8.7	7.9	19.3	19.3
11 月		13.3	18.7	5.1	29.1	229	34.9	37.9	28.1	38.2	19.5	19.8
12 月	9.8	13.5	19.1	4.6	20.4	131	17.9	25.6	9.2	-13.3	19.7	19.9
2011 年												
1 月				4.9	23.7	65	37.7	51.4	16.6	11.4	17.3	16.9
2 月		14.9	11.6	4.9	—	-73	2.3	19.7	-10.9	32.2	15.7	16.2
3 月	9.7	14.8	17.4	5.4	31.2	1	35.8	27.4	10.5	32.9	16.6	16.2
4 月		13.4	17.1	5.3	37.2	114	29.8	22.0	8.2	15.2	15.4	15.8
5 月		13.3	16.9	5.5	33.6	130	19.3	28.4	12.1	13.4	15.1	15.4
6 月	9.5	15.1	17.7	6.4	11.8	223	17.9	19.0	6.6	2.8	15.9	15.2
7 月		14.0	17.2	6.5	27.7	315	20.3	23.0	2.7	19.8	14.7	15.0
8 月		13.5	17.0	6.2	33.4	178	24.4	30.4			13.6	14.8

注：1. ①「実質 GDP 増加率」は前年同期（四半期）比、その他の増加率はいずれも前年同月比である。

2. 中国では、旧正月休みは年によって月が変わるため、1 月と 2 月の前年同月比は比較できない場合があるので注意されたい。また、() 内の数字は 1 月から当該月までの合計の前年同期に対する増加率を示している。

3. ③「消費財小売総額」は中国における「社会消費財小売総額」、④「消費者物価指数」は「住民消費価格指数」に対応している。⑤「都市固定資産投資」は全国総投資額の 86%（2007 年）を占めている。⑥—⑧はいずれもモノの貿易である。⑨と⑩は実施ベースである。

出所：①—⑤は国家統計局統計、⑥⑦⑧は海関統計、⑨⑩は商務部統計、⑪⑫は中国人民銀行統計による。